



### Springer Gabler

1.  
Auflage

1. Aufl. 2015, X, 343 S. 53  
Abb.

### Gedrucktes Buch

Softcover

### Gedrucktes Buch

Softcover

ISBN 978-3-658-10302-6

£ 54,99 | CHF 72,00 | 60,74 € |

66,81 € (A) | 64,99 € (D)

lieferbar

### Rabattgruppe

Standard (0)

### Produktkategorie

Monographie

### Reihe

Markenkommunikation und  
Beziehungsmarketing

### Betriebswirtschaftslehre : Marketing

Zanger, Cornelia (Hrsg.)

# Events und Emotionen

## Stand und Perspektiven der Eventforschung

### • Wirtschaftswissenschaftlicher Sammelband

Die Autorinnen und Autoren des Tagungsbandes liefern aus Sicht des Marketing, der Psychologie, der Soziologie sowie der Medienwissenschaften Erklärungsansätze zum Entstehen und Wirken von Emotionen im Eventkontext. Der Band fasst die auf der sechsten Wissenschaftlichen Konferenz Eventforschung, die am 24. Oktober 2014 an der TU Chemnitz stattfand, vorgestellten und diskutierten aktuellen Forschungsergebnisse zum Thema Events und Emotionen zusammen. Das Schwerpunktthema wird ergänzt um wissenschaftliche und praxisorientierte Beiträge, u. a. zur Inszenierung von Events, der regionalen Wirkung öffentlicher Events, marken- und kennzeichenrechtlicher Aspekte zum Schutz eines Eventmarketing-Formats, Barcamps als neue Eventform und den Potentialen der iBeacon-Technologie.

### Bestellen Sie online unter [springer.com/booksellers](http://springer.com/booksellers)

#### Springer Nature Customer Service Center GmbH

Customer Service

Tiergartenstrasse 15-17

69121 Heidelberg

Germany

T: +49 (0)6221 345-4301

[row-booksellers@springernature.com](mailto:row-booksellers@springernature.com)

